

武蔵野大学学術機関リポジトリ Musashino University Academic Institutional Repository

IT利用と地域活動に関する一考察

著者	沼田 秀穂, 池田 佳代
雑誌名	The Basis : 武蔵野大学教養教育リサーチセンター 紀要
号	5
ページ	231-244
発行年	2015-03-01
URL	http://id.nii.ac.jp/1419/00000156/

IT 利用と地域活動に関する一考察

沼田秀穂・池田佳代

1. はじめに

1.1. IT 国家

日本政府（首相官邸）による「『世界最先端 IT 国家創造』宣言～第二次安倍内閣の新たな IT 戦略～（案）」（平成 25 年 5 月）のパブリックコメントにおいて、地域の資源を活かした観光や公共・行政、農業等の地場産業等において、IT・データを活用することが明記された。これにより、子供や高齢者も活き活きと暮らせる、地域の特性に応じた、魅力ある地域の元気を創造するとともに、地域や社会が抱える課題を解決する新しいアイデアや技術を持つ若手やベンチャー企業を発掘・育成し、社会・地域活性化の持続的な発展につながる好循環モデルを創出することにより、災害に強く成長する新たな街づくりを実現することが求められている。そして、IT を活用した街づくりの共通的な基盤を構築し、2015 年度以降、持続的な地域活性化モデルとして、成功モデルの国内外への普及展開を図るとされている。

また、総務省（2012）による「平成 22 年通信利用動向調査（世帯編）の概要」では、都市区分による差は、ほとんどなくなってきた（図 1、図 2）。総務省（2013）では、13 歳～49 歳までのインターネット利用率が 9 割を超え飽和状況にあるのに対し、60 歳以上は概ね拡大傾向であることが報告されている。SNS への参加は全ての年代において H23 末より H24 末で利用が拡大されていることが確認されている。

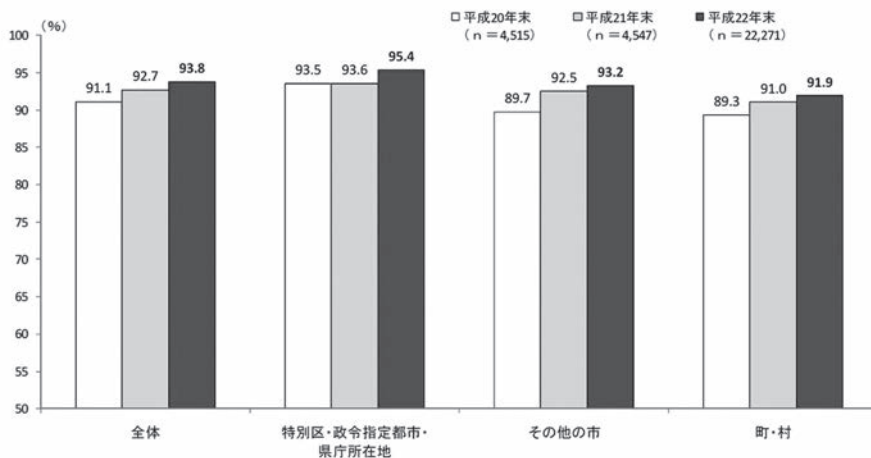


図 1 都市区分別インターネット利用率の推移 [総務省 (2012) より]

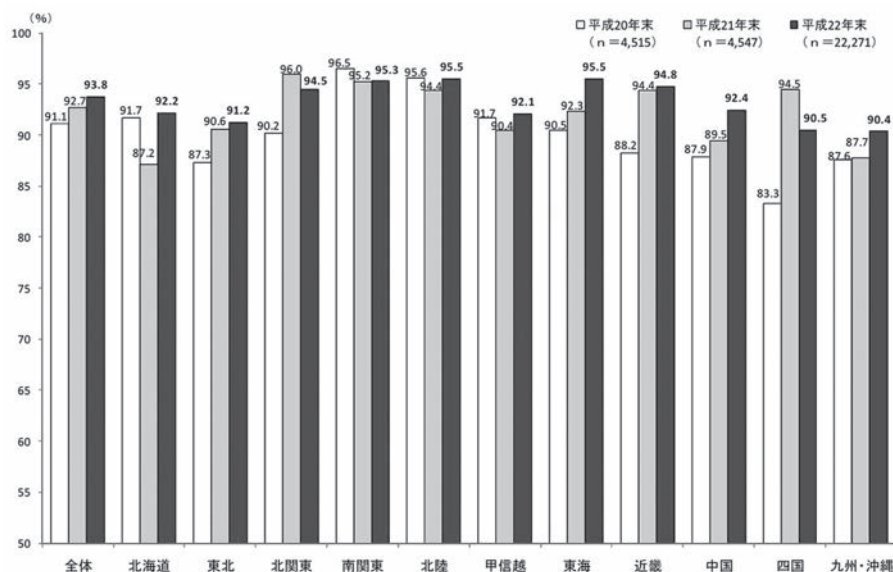


図2 地方別インターネット利用率の推移 [総務省(2012)より]

1.2. コミュニティの議論

Luhmann は、「社会システムの構成要素は、人や組織ではなく、コミュニケーション・システムと理解」(Luhmann [1988=1991:22]) とした。そして、社会は、複雑性と不確実性を含意したものとした上で、コミュニケーションがコミュニケーションを生み出す自己創出的(オートポイエティック)なシステムとした。コミュニケーションとは情報、伝達、理解、それぞれの選択制が統一されたもの(Luhmann [1984:194-201])である。

一方、コミュニティ崩壊あるいは脆弱化という議論が盛んになっている。ITの進化によって情報化社会が到来した。Maciver, R. M. (1917) は、地域社会における集団の関心のあり方に着目し、コミュニティを「地域性」と「共同性」に基礎づけられたものとして、自生的な地縁の結合による共同生活の場としてのコミュニティと、特定の関心・目的を追求するために人為的に結成されるアソシエーションの2つに分類している。コミュニティは自然発生的であり、現実空間において特定の公的目的の少ない私的な範囲が多い。アソシエーションは、地域限定の概念ではなく、特定目的のある人為的なものである。

Maciver 以来、コミュニティは社会学、特に都市社会学の文脈で盛んに議論された経緯がある。この多種多様なコミュニティの定義を Hillery (1955) は、①地域性(area):「場」へのアクセスやコミット、②何らかの共通性(common ties):興味や関心という「場」の扱うテーマ、③社会的相互作用(social interaction):情報の交換と共有の3点に整理している。また、コミュニティにおける重要な要素は相互作用であり、メンバー間での相互作用が欠けていればコミュニティが集団凝集性を発揮することはないと述べている[Hillary (1955)]。金子(2002)は、メンバー間の密接な情報共有とアクティブなインタラクションによって「情報と関係性の共有地(コモンズ)を作る」ことをコミュニティソリューション

と説明している。コミュニティソリューションが混沌の中に自発的な秩序を作り出し、問題解決へ向かわせるのである。

IT は、このコミュニティソリューションを支える有効なツールになり得るのではないかというのが本稿の問題意識である。自発性と相互信頼が必要となって来る。Quan-Haase et al (2002) は、インターネットが友人や親戚などとの既存の繋がりに新たな関係性を付加していることを指摘している。沼田、池田 (2014) は、LOD による政府・自治体のオープン化状況の観察の中から、「市民が社会の発展と改善に積極的に参加し、責任と役割を担う社会、つまり、政府や自治体を含めたあらゆる組織をインターネットのように運営可能な社会の設計が望まれる」と指摘している。

本稿では、これらのコミュニティに関する先行研究定義に基づき、地縁的結合による共同生活の場としてのコミュニティ（都市と山間部という地域に着目）と、特定の関心・目的を追求するために人為的に結成されるアソシエーション（農林業と農林業以外という職業に着目）に対して、メンバー間での相互作用を促進させる要素としてのインターネットが及ぼす影響度を考察する。

2. 質問紙調査

2.1. 方 法

質問紙調査は、株式会社クロス・マーケティング¹⁾の保有する Web アンケート環境とモニタ会員を対象にしたインターネット調査を実施した。Web を用いた社会調査を行った場合、Web にアクセスできない層の意見が調査結果に反映されないという点が課題となる。しかし、本調査はインターネット利用に対する意識を調査するものであり、Web アクセス可能者を前提としているため、当該課題については考慮の必要はないと言える。

調査期間は 2012 年 3 月 6 日～3 月 9 日で、総回答数は 1576 人（表 1 参照）。

表 1 回答者の性別、年齢構成

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	男性	929	58.9
2	女性	647	41.1

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	20歳未満	0	0.0
2	20代	227	14.4
3	30代	351	22.3
4	40代	362	23.0
5	50代	357	22.7
6	60代	233	14.8
7	70代	46	2.9
8	80歳以上	0	0.0

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	農林業	757	48.0
2	自営業	84	5.3
3	会社員	331	21.0
4	公務員	42	2.7
5	パート・アルバイト	119	7.6
6	学生	21	1.3
7	主婦・主夫	120	7.6
8	年金生活	62	3.9
9	その他	40	2.5

①調査エリア：全国

②対象条件：性別は男女。年代は20代から70代。

③【割付 A】性別×年代別：20代・30代・40代・50代・60代以上×業種別

農業（林業含む）従事者、農業（林業含む）以外従事者を均等に

④【割付 B】都市部在住／山間部在住

注：【割付 A】と【割付 B】はそれぞれ単独で設定し、掛け合わせはなしとした。

回答者の居住地は北海道から、沖縄まで全都道府県に分散させた。その内、都市部に居住と答えた方は41.1%、山間部に居住と答えた方は42.1%であった（表2）。

都市部の定義は、商業や流通が発達していて、限られた地域に人口が集中している領域とした。山間部の定義は都市部や農業地域部以外で、平野の周辺から山地に至る平坦な耕地の少ない地域とした。

表2 居住地

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	都市部に住んでいる	647	41.1
2	山間部に住んでいる	664	42.1
3	その他	265	16.8

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	北海道	151	9.6
2	青森県	35	2.2
3	岩手県	12	0.8
4	宮城県	21	1.3
5	秋田県	27	1.7
6	山形県	39	2.5
7	福島県	24	1.5
8	茨城県	32	2.0
9	栃木県	25	1.6
10	群馬県	33	2.1
11	埼玉県	54	3.4
12	千葉県	61	3.9
13	東京都	89	5.6
14	神奈川県	72	4.6
15	新潟県	39	2.5
16	富山県	18	1.1
17	石川県	10	0.6
18	福井県	10	0.6
19	山梨県	15	1.0
20	長野県	64	4.1
21	岐阜県	25	1.6
22	静岡県	47	3.0
23	愛知県	74	4.7
24	三重県	34	2.2

		回答数	%
25	滋賀県	19	1.2
26	京都府	34	2.2
27	大阪府	49	3.1
28	兵庫県	52	3.3
29	奈良県	19	1.2
30	和歌山県	25	1.6
31	鳥取県	9	0.6
32	島根県	14	0.9
33	岡山県	33	2.1
34	広島県	27	1.7
35	山口県	21	1.3
36	徳島県	12	0.8
37	香川県	22	1.4
38	愛媛県	30	1.9
39	高知県	23	1.5
40	福岡県	42	2.7
41	佐賀県	7	0.4
42	長崎県	12	0.8
43	熊本県	28	1.8
44	大分県	22	1.4
45	宮崎県	21	1.3
46	鹿児島県	33	2.1
47	沖縄県	11	0.7

2.2. インターネットの利用状況について

インターネットを利用している人を質問対象者とした。回答の選択はいくつでも可能とした。全回答者の内、98%の方がパソコンを用いて、インターネットにアクセスしていた。携帯電話（34.5%）・スマートフォン（18.5%）でのアクセスは合計で53%であった（表3）。

表3 インターネットの利用状況

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	パソコン	1554	98.6
2	携帯電話	544	34.5
3	スマートフォン	291	18.5
4	タブレット PC (iPad など)	62	3.9
5	ゲーム機器	96	6.1
6	地上デジタルテレビ	127	8.1
7	その他	2	0.1

インターネットを利用する時の回線としては、光ファイバー（52.2%）、ADSL（28.0）、ケーブルテレビ（13.9）の合計で94.1%に達している。都市部、山間部含めて、日本においては、高速なインターネット環境が普及していることが分かる（表4）。

表4 インターネットの利用回線

		回答数	%
全体		1576	100.0
1	光ファイバー	822	52.2
2	ADSL	442	28.0
3	ケーブルテレビ	219	13.9
4	ISDN	13	0.8
5	電話回線	18	1.1
6	携帯電話回線	286	18.1
7	どのような回線を使っているか分からない	40	2.5

2.3. 職業（アソシエーション）および地域（コミュニティ）によるクロス集計

職業別と地域別にそれぞれでクロス集計を行った。

(1) インターネットのことで困った時に相談できる人

χ^2 分布表の自由度1における有意水準1%の限界値は6.635であることから「農林業」と「農林業以外」の職業間では、限界値（6.635）< χ^2 値（10.96）となることから、帰無仮説は棄却される（ $P=0.001 < 0.01$ ）。「都市部」と「山間部」の地域間でも、限界値（6.635）< χ^2 値（10.39）となることから、帰無仮説は棄却される（ $P=0.001 < 0.01$ ）。従って、「農林業」と「農林業以外」の職業間、「都市部」と「山間部」の地域間いずれにおいても関連性があるといえる（表5）。

農林業以外では農林業よりインターネットで困ったときの相談相手が身近にいる（農林業 27%、農林業以外 33%）は 1%水準で有意な差であり、都市部では山間部よりインターネットで困ったときの相談相手が身近にいる（都市部 34%、山間部 27%）は 1%水準で有意な差であった。

表 5 相談できる人が身近にいる

	農林業	農林業以外	χ^2 二乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 二乗 (1df)	P 値	
相談できる人が身近にいる	27%	33%	10.96	0.001	***	34%	27%	10.396	0.001	***

*** p<.01

(2) あなたは、インターネット上でトラブルや嫌な思いをしたことがありますか。

農林業以外では農林業よりインターネットで困ったときの相談相手が身近にいる（農林業 25%、農林業以外 20%）は 1%水準で有意な差（ $P=0.003 < 0.01$ ）であった。「農林業」と「農林業以外」の職業間においてインターネット上でのトラブルに関連性があるといえる。地域間では有意な差にはならなかった（表 6）。

表 6 嫌な思いをしたことがある

	農林業	農林業以外	χ^2 二乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 二乗 (1df)	P 値	
嫌な思いをしたことがある	25%	20%	9.06	0.003	***	21%	24%	2.8494	0.091	

*** p<.01

(3) 近所の方々とおつきあいはどの程度ですか。

農林業以外では農林業より近所の方々とおつきあいが親しい（農林業 71%、農林業以外 50%）は 1%水準で有意な差（ $P=0.000 < 0.01$ ）であり、都市部では山間部より近所の方々とおつきあいが親しい（都市部 52%、山間部 67%）は 1%水準で有意な差（ $P=0.000 < 0.01$ ）であった。「農林業」と「農林業以外」の職業間、「都市部」と「山間部」の地域間いずれにおいても近所の方々とおつきあいは親しいには関連性があるといえる（表 7）。

表 7 近所の方との親しさ

	農林業	農林業以外	χ^2 二乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 二乗 (1df)	P 値	
親しい	71%	50%	72.74	0.000	***	52%	67%	32.886	0.000	***

*** p<.01

(4) PC 利用状況

全般に、職業、地域間で基本的な PC 利活用に関わるリテラシー能力に差は無い。調べ物については、農林業（89%）の方が農林業以外（85%）の方より積極的（ $P=0.01 < 0.05$ ）であった。チャット、スカイプの操作は農林業以外（都市部）の方が利活用している（ $P=0.01 < 0.05$ ）と言える。（表 8）

表 8 PC 利用状況

PC 利用状況	農林業	農林業 以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
ワープロソフトで文章を作る	89%	87%	1.06	0.30		72%	73%	0.12	0.72	
表計算ソフトを使う	70%	70%	0.01	0.93		46%	48%	1.39	0.24	
写真やビデオをコンピュータに取り込んだり、文章にはりつけたりする	78%	76%	0.50	0.48		56%	57%	0.06	0.81	
インターネットやCDの百科事典を使って調べる	89%	85%	6.25	0.01	※	73%	71%	0.88	0.35	
電子メールにファイルを添付して送信する	88%	86%	1.41	0.23		70%	69%	0.76	0.38	
チャットによる会話	46%	51%	4.08	0.04	※	29%	25%	5.74	0.02	※
スカイプなどインターネット電話を使う	31%	38%	8.06	0.00	※	17%	15%	3.24	0.07	
ホームページを作る	33%	29%	2.72	0.10		15%	15%	0.24	0.62	

※ p<.05

(5) インターネット利用状況

PC を用いてのインターネット利用については、ホームページやブログを閲覧するという最も一般的な利用については農林業（90％）のほうが農林業以外（82％）より有意に高くなった（ $P=0.00 < 0.01$ ）。一方、インターネット電話をするのは、都市部（39％）の方が山間部（32％）より有意に高くなった（ $P=0.00 < 0.01$ ）。実名で参加するソーシャル・ネットワークワーキング・サービスの閲覧を行うのも、都市部（16％）の方が山間部（13％）より有意に高くなった（ $P=0.037 < 0.05$ ）（表 9）。

表 9 インターネット利用状況

インターネット利用状況	農林業	農林業 以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
ホームページやブログを閲覧	90%	82%	19.32	0.00	※※	63%	66%	1.79	0.181	
ツイッターに投稿する	39%	37%	0.91	0.34		19%	20%	0.14	0.710	
メールのやりとりをする	94%	92%	1.06	0.30		81%	77%	2.99	0.084	
インターネット電話をする	53%	58%	3.64	0.06		39%	32%	21.13	0.000	※※
実名で参加するソーシャル・ネットワークワーキング・サービスの閲覧を行う	30%	30%	0.02	0.89		16%	13%	4.34	0.037	※
実名で参加するソーシャル・ネットワークワーキング・サービスへの書き込みを行う	25%	25%	0.00	0.97		13%	12%	1.16	0.281	
匿名で参加するソーシャル・ネットワークワーキング・サービスの閲覧を行う	39%	40%	0.23	0.63		20%	21%	0.12	0.729	
匿名で参加するソーシャル・ネットワークワーキング・サービスへの書き込みを行う	34%	36%	0.66	0.42		18%	18%	0.00	0.976	

※ p<.05 ※※ p<.01

(6) 信頼する情報についての考え方

全般に、職業、地域間で信頼する情報についての考え方に関わる意識に差は無い。テレビの娯楽番組・ワイドショー情報は信頼するに関して、都市部の方は山間部より信頼度が高い（都市部 27％、山間部 24％）と言える（ $P=0.01 < 0.05$ ）と言える。（表 10）

表 10 信頼する情報についての考え方

信頼する情報についての考え方	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
テレビの報道番組情報は信頼する	72%	73%	0.20	0.66		61%	63%	0.90	0.34	
テレビの娯楽番組・ワイドショー情報は信頼する	33%	36%	1.45	0.23		27%	24%	4.66	0.03	※
新聞紙情報は信頼する	83%	82%	0.08	0.78		72%	72%	0.05	0.82	
雑誌情報は信頼する	39%	40%	0.36	0.55		29%	28%	0.36	0.55	
書き手が特定できないインターネットの記事は信頼する	9%	9%	0.24	0.62		5%	6%	0.26	0.61	
書き手が特定できるインターネットの記事は信頼する	53%	47%	6.59	0.01		37%	38%	0.35	0.55	

※ $p < 0.05$

(7) セキュリティに対する考え方

全般に、有意な差が出た項目は無く、職業、地域間でセキュリティに対する考え方に関わる意識に差は無い。(表 11)。

表 11 セキュリティに対する考え方

セキュリティに関する考え方	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
インターネット上にあなたの個人情報 が漏洩することがあると思う	86%	83%	2.83	2.83		73%	75%	1.48	0.22	
あなたのパソコンがコンピュータウ イルスに感染することがあると思う	82%	82%	0.04	0.83		70%	70%	0.02	0.90	
あなたのパソコンが不正利用される ことがあると思う	60%	57%	1.07	0.30		44%	43%	0.65	0.42	
インターネット上であなたが見つけ られない人を見つけることがある と思う	57%	56%	0.19	0.66		42%	42%	2.88	0.09	
インターネット上にあなたの個人情報 が漏洩することがあると思う	86%	83%	2.06	0.15		73%	75%	1.48	0.22	
あなたのパソコンがコンピュータウ イルスに感染することがあると思う	82%	82%	0.18	0.68		70%	70%	0.02	0.90	
あなたのパソコンが不正利用される ことがあると思う	60%	57%	1.07	0.30		44%	43%	0.65	0.42	
インターネット上であなたが見つけ られない人を見つけることがある と思う	57%	56%	0.19	0.66		42%	42%	2.88	0.09	

(8) インターネットを使うことで得られた効果

農林業では、農林業以外と比べて「今まで知らなかったことを知る機会が増えた ($P=0.048 < 0.05$)」、「仕事の役に立った ($P=0.016 < 0.05$)」についてはインターネットを使うことで得られる効果として有意に高くなった。逆に、「知人とコミュニケーションをとる機会が増えた」は、農林業以外のほうが有意な結果として出ている ($P=0.025 < 0.05$)。農林業では普段のコミュニケーションは地域によって支えられており IT の影響は少ないと言える。都市部と山間部では、都市部の方が情報収集にかかる時間が短くなった(都市部 86%、山間部 83%) が有意 ($P=0.042 < 0.05$) であった。また、ショッピングが便利になったのは、都市部 79%、山間部 82% と山間部の方が有意に高くなった ($P=0.048 < 0.05$) (表 12)。

表 12 インターネットを使うことで得られた効果

インターネットを使うことで得られた効果	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
情報収集にかかる時間が短くなった	93%	92%	0.18	0.672		86%	83%	4.12	0.042	※
情報発信できる機会が増えた	64%	64%	0.01	0.905		49%	48%	0.05	0.823	
今まで知らなかったことを知る機会が増えた	95%	93%	3.91	0.048	※	89%	89%	0.01	0.926	
学ぶ機会が増えた（通信教育など）	58%	62%	2.04	0.153		46%	45%	0.51	0.473	
地域外に知り合いが増えた	29%	26%	2.69	0.101		15%	17%	2.56	0.110	
知人とコミュニケーションをとる機会が増えた	32%	38%	4.99	0.025	※	24%	22%	2.21	0.137	
ショッピングが便利になった	92%	90%	1.57	0.210		79%	82%	3.90	0.048	※
娯楽の機会が増えた	75%	73%	0.92	0.337		60%	58%	1.18	0.277	
仕事の役に立った	81%	76%	5.78	0.016	※	62%	65%	2.77	0.096	

※ p<.05

(9) 日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手

頼りにしている相手としては、農林業の方が農林業以外に比べて「近所の人々（農林業：67%、農林業以外 55%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」、「地域内の友人（農林業：78%、農林業以外 71%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」「地域内の親戚（農林業：71%、農林業以外 65%）（ $P=0.01 < 0.05$ ）」が共に有意に高くなった。都市部と山間部では、「近所の人々（都市部：37%、山間部 50%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」「地域内の親戚（都市部：49%、山間部 54%）（ $P=0.01 < 0.05$ ）」「地域外の親戚（都市部：40%、山間部：46%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」で、山間部の方が有意に高くなった（表 13）。

表 13 日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手

日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
近所の人々	67%	55%	21.94	0.00	※※	37%	50%	49.26	0.000	※※
地域内の友人	78%	71%	8.22	0.00	※※	58%	61%	3.65	0.056	
地域外の友人	66%	66%	0.00	1.00		48%	51%	3.30	0.069	
地域内の親戚	71%	65%	6.06	0.01	※	49%	54%	6.09	0.014	※
地域外の親戚	61%	58%	1.24	0.27		40%	46%	12.20	0.000	※※

※ p<.05 ※※ p<.01

(10) 会話（電話・インターネットを含む）をする頻度が多い相手

会話（電話・インターネットを含む）をする頻度が多い相手としては、農林業の方が農林業以外に比べて「両親（農林業：73%、農林業以外 68%）（ $P=0.04 < 0.05$ ）」、「両親、兄弟以外の親戚（農林業：47%、農林業以外 37%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」が共に有意に高くなった。都市部と山間部では、「両親、兄弟以外の親戚（都市部：27%、山間部：34%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」で、山間部の方が有意に高くなった（表 14）。

表 14 会話をする頻度が多い相手

会話（電話・インターネットを含む）をする頻度が多い相手	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
友人（学校や職場以外で）	74%	77%	1.01	0.31		78%	74%	3.27	0.071	
両親	73%	68%	4.06	0.04	※	70%	72%	0.30	0.586	
兄弟	69%	65%	3.40	0.07		51%	50%	0.33	0.567	
両親、兄弟以外の親戚	47%	37%	15.82	0.00	※※	27%	34%	22.91	0.000	※※

※ p<.05 ※※ p<.01

(11) 参加イベント

参加イベントにおいては、「スポーツ・趣味・娯楽のようなイベント（農林業：35%、農林業以外 27%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」、「自治会や町内会の活動（農林業：55%、農林業以外 35%）（ $P=0.00 < 0.01$ ）」で、共に農林業が農林業以外に比べて有意に高くなった。都市部、山間部においても共に、山間部が有意に高くなった（ $P=0.00 < 0.01$ ）（表 15）。

表 15 参加イベント

参加イベント	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
スポーツ・趣味・娯楽のようなイベント	35%	27%	8.76	0.00	※※	15%	20%	10.48	0.00	※※
自治会や町内会の活動	55%	35%	57.39	0.00	※※	20%	35%	86.59	0.00	※※

※※ p<.01

(12) 交流についての考え方

農林業と農林業以外では同一傾向の結果となった。都市部と山間部においては、「知らない人と交流することは大事」が、都市部（57%）より、山間部（62%）の方が有意に高い結果となった（ $P=0.02 < 0.05$ ）（表 16）。

表 16 交流についての考え方

交流についての考え方	農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値	
知らない人と交流することは大事	71%	70%	0.14	0.71		57%	62%	5.22	0.022	※
初めて会った人とすぐにうちとけられる	37%	41%	1.79	0.18		29%	26%	3.75	0.053	
見知らぬ土地で出会った人を信頼できる	25%	24%	0.23	0.63		17%	17%	0.06	0.810	
新しいものを取り入れることは大事だ	86%	84%	1.24	0.26		77%	75%	0.49	0.486	
新しい考え方を学ぶことは大事だ	93%	92%	0.75	0.39		86%	86%	0.00	0.946	
自分の問題は自分で解決すべきだ	87%	88%	0.13	0.72		79%	80%	0.23	0.633	

※ p<.05

(13) 地域に対する考え方

農林業の方が農林業以外より、地域に対する交流の考え方において、すべての項目において有意に高い結果が出た。イベントへの参加意識、交流意識、地域への愛着が高いと言える（表 17）。

表 17 地域に対する考え方

地域に対する考え方	農林業	農林業以外	χ^2 二乗 (1df)	P 値		都市部	山間部	χ^2 二乗 (1df)	P 値	
都市と農村の交流活動や交流イベントに参加したい	39%	30%	7.62	0.01	***	33%	37%	1.24	0.266	
インターネットを通じて、都市と農村の住民間で交流したい	40%	26%	20.33	0.00	***	31%	37%	3.09	0.079	
地域に対する愛着を感じる	65%	60%	7.54	0.01	***	75%	76%	0.43	0.514	
地域の一体感を感じる	57%	45%	24.20	0.00	***	31%	40%	29.30	0.000	***
地域の存続に対する危機感を感じる	50%	31%	57.84	0.00	***	18%	34%	128.43	0.000	***
現在お住まいの地域の地域づくり活動の取り組みを知りたい	56%	46%	15.71	0.00	***	32%	42%	32.44	0.000	***
他の地域の地域づくり活動の取り組みを知りたい	48%	38%	15.67	0.00	***	25%	36%	40.94	0.000	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方に、あなたの地域に短期間（1年以下）住んでもらいたい	29%	25%	4.59	0.03	*	16%	19%	7.74	0.005	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方に、あなたの地域に長期間（1年以上）住んでもらいたい	39%	30%	15.97	0.00	***	20%	26%	21.78	0.000	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方に、あなたの地域に観光に来てもらいたい	43%	35%	10.31	0.00	***	21%	31%	46.59	0.000	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方に、あなたの地域の情報を知ってもらいたい	52%	41%	18.32	0.00	***	27%	38%	47.16	0.000	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方と、インターネットを通じて交流をしたい	43%	32%	20.17	0.00	***	23%	28%	11.78	0.001	***
現在お住まいの地域外に住んでいる方と、ビジネスをしたい	47%	24%	94.17	0.00	***	16%	28%	77.57	0.000	***

* p<.05 *** p<.01

(14) インターネットによって知り合いが増えたか

インターネットで新規に知り合いが増えたのは地域外か地域内かにおいては、農林業、農林業以外、都市部、山間部すべてにおいて、地域外で知り合い増加が1%水準で有意に高かった（表18）。

表 18 インターネットによる知り合い増加

インターネットによって知り合いが増えたか	地域内	地域外	χ^2 二乗 (1df)	P 値		地域内	地域外	χ^2 二乗 (1df)	P 値	
農林業の方：知り合いが増えた	14%	29%	54.19	0.00	***	14%	26%	27.40	0.000	***
農林業以外の方：知り合いが増えた	13%	26%	42.21	0.00	***	14%	29%	49.52	0.000	***
都市部の方：知り合いが増えた	14%	26%	27.40	0.000	***					
山間部の方：知り合いが増えた	14%	29%	49.52	0.000	***					

*** p<.01

(15) 日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手

頼りにしている相手として友人、親戚共に、農林業、農林業以外、都市部、山間部において、地域内を頼りにしていることが有意に高かった（表19）。

表 19 日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手

日常生活の問題や心配事について、頼りにしている相手	地域内	地域外	χ^2 乗 (1df)	P 値	
都市部の方：友人が頼りになる	58%	48%	23.31	0.000	※※
：親戚が頼りになる	49%	40%	19.54	0.000	※※
山間部の方：友人が頼りになる	61%	51%	26.07	0.000	※※
：親戚が頼りになる	54%	46%	14.51	0.000	※※
農林業の方：友人が頼りになる	78%	66%	25.55	0.000	※※
：親戚が頼りになる	71%	61%	15.47	0.000	※※
農林業以外：友人が頼りになる	71%	66%	5.35	0.021	※
：親戚が頼りになる	65%	58%	29.41	0.000	※※

※ p<.05 ※※ p<.01

(16) 現在お住まいの地域の以下の項目についてどの程度知っていますか？

地域に関する知識は、行事・イベント、名物・特産品、観光資源・観光施設ともに、都市部より山間部、農林業以外より農林業が1%水準で有意に高かった（表 20）。

表 20 地域の項目に関する知識

現在お住まいの地域の以下の項目についてどの程度知っていますか？	都市部	山間部	χ^2 乗 (1df)	P 値		農林業	農林業以外	χ^2 乗 (1df)	P 値	
行事・イベント	51%	58%	12.72	0.000	※※	75%	61%	36.13	0.000	※※
名物・特産品	48%	61%	49.88	0.000	※※	77%	61%	47.97	0.000	※※
観光資源・観光施設	45%	55%	34.08	0.000	※※	71%	58%	31.41	0.000	※※

※※ p<.01

3. 考 察

インターネットについて相談できる人については、職業では農林業以外のアソシエーション、地域では都市部コミュニティの方が身近に多くいる傾向がある。しかし、共に、30%前後という数字であり、相談相手が充分いるとは言えない。自発的なインターネット利用にはリテラシーが要求され、かつ、セキュリティを含めてリスクを伴うものである。相談しにくい状況があり得ることも問題点として指摘できる。

同様の考察ポイントとして、インターネット上でのトラブルについては、農林業アソシエーションが農林業以外にくらべて有意（1%水準）に高い結果が出た。地域コミュニティでは都市部と山間部に差が出なかった。農林業アソシエーションにおいて IT コミュニケーション上の問題が農林業以外のアソシエーションにくらべて多く存在していることがうかがえる。業務として捉えたときには、相談相手が少ない状況下ではトラブルを感じる率が高くなっている可能性がある。

近所の方々とおつきあいの程度は、農林業アソシエーション、山間部コミュニティが近所と親しく付き合っている状況がうかがえる。

一方、インターネット普及化の情報社会におけるコミュニケーション状況についても、農林業・山間部の方が効果が高いと言える。しかし、農林業アソシエーションと、山間部コミュニティでは少し異なった傾向を示している。農林業アソシエーションでは、「今まで知らなかったことを知る機会が増えた」「知人とコミュニケーションをとる機会が増えた」「仕事の役に立った」が有意な差を示しているが、山間部コミュニティでは「情報収集にかかる時間が短くなった」「ショッピングが便利になった」が有意な差を示している。やはり、アソシエーションでは、特定の関心・目的を追求する傾向がインターネットを用いたコミュニケーションにおいて重視され、コミュニティでは共同生活の場としての利用傾向が表れたと言える。

都市部、農林業以外における地域内のコミュニケーションが崩壊している状況はうかがえる（地域の一体感を感じる：「都市部 31%、山間部 40%（1% 水準で有意）」、「農林業以外 45%、農林業：57%（1% 水準で有意）」）。それに比べて、山間部、農林業の地域内のコミュニケーションは充実している（現在お住まいの地域の地域づくり活動の取り組みを知りたい：「都市部 42%、山間部 32%（1% 水準で有意）」、「農林業以外 46%、農林業：56%（1% 水準で有意）」）。

しかし、地域への愛着に対しては、地域コミュニティである都市部・山間部は同一で愛着間が高く（地域に対する愛着を感じる：「都市部 75%、山間部 76%」）あるが、アソシエーションでは異なる傾向を示している（地域に対する愛着を感じる：「農林業以外 60%、農林業：65%（1% 水準で有意）」）。

現実空間である地域コミュニティ、特定目的のあるアソシエーションの併存に加えて、バーチャル空間である IT におけるコミュニティが加わって、アソシエーションにも、コミュニティにも強くインパクトをもたらしている。特に農林業以外アソシエーション、地域（山間部）コミュニティは、イベントへの参加意識、交流意識、地域への愛着が非常に高く、インターネットを通じて、都市と農村の住民間で交流したいが 1% 水準有意で高い傾向を示した。また、インターネットを通じて都市と農村の住民間で交流したい、が 1% 水準有意で高く、地域内より地域外へコミュニティが拡大する傾向が出ている。インターネットによって知り合いが増えたかについては、山間部・都市コミュニティ、農林業・農林業以外アソシエーション共に、地域外に知り合いが増えたことが明らかになった（1% 水準有意）。ここから、地域におけるアソシエーション、コミュニティ共に、インターネットに対して、コミュニティの活性化への利活用への期待度が高いという仮説設定が行える。地域コミュニティの再生・強化に IT が役割を担えるのか、地域性の崩壊を加速し、拡コミュニティに向かわせるのか、さらなる分析が必要である。

本稿では地域コミュニティを都市部、山間部という捉え方をしたが、実際には自治会、町内会、婦人会、青年団、子ども会などの地縁団体を中心に多様なコミュニティが存在している。それぞれが別の傾向を示している可能性はある。

今後は当該調査によって得られた知見を活用して、さらに、インターネット利活用における地域へのインパクト研究を進化させていく。

注

- 1) 株式会社クロス・マーケティング (<http://www.cross-m.co.jp/>) : 現在約 170 万人のモニタ会員を保有している。

参考文献

- 1) Hillery, George A. Jr., 1955, "Definitions of Community: Areas of Agreement," *Rural Sociology*, 20, 111-123
- 2) Luhmann, N., 1984, *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. (= 佐藤勉監訳 [1993] 『社会システム理論』, 上下巻, 恒星社厚生閣)
- 3) Luhmann, N., 1988, *Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. (= 春日淳一訳 [1991] 『社会の経済』 文真堂)
- 4) MacIver, R.M., 1917, *Community A Sociological Study; Being an Attempt to Set Out the Nature and Fundamental Laws of Social Life*, Macmillan and Co., Limited. (= 1975, 中久郎・松本通晴ほか訳 『コミュニティ 社会学的研究: 社会生活の性質と基本法則に関する一試論』 ミネルヴァ書房)
- 5) Quan-Haase A., Wellman B., Witte J., Hampton K., 2002, *Capitalizing on the Net; Social Contact, Civic Engagement, and Sense of Community*, Wellman B., Haythornthwaite C. eds, *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell, pp.291-324.
- 6) 金子郁容 (2002) 『新版 コミュニティソリューション ボランタリーな問題解決に向けて』 岩波書店
- 7) 沼田秀穂、池田佳代 (2014) 「ソーシャルメディアを活用した社会設計の考察」『武蔵野大学教養教育リサーチセンター紀要 4 号』, pp.197-210
- 8) 総務省 (2012) 『平成 22 年通信利用動向調査 (世帯編) の概要』
(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/info/h250524-public.pdf>), Accessed 2014, September 15
- 9) 総務省 (2013) 『平成 24 年通信利用動向調査』
(http://www.soumu.go.jp/main_content/000230980.pdf), Accessed 2014, September 15

謝辞: 本調査は、総務省戦略的情報通信開発推進制度 (SCOPE) (112307007) の助成を受けたものです。ここに記して感謝の意を申し上げます。